

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A
PEDAGOGICKÁ**

Katedra: Tělesné výchovy

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Management sportovní

**MARKETINGOVÁ A FINANČNÍ ANALÝZA
SPINNINGOVÉHO KLUBU SCHWINN
CYKLING DĚČÍN**

**MARKETING AND FINANCIAL ANALYSIS OF
SCHWINN CYCLING CLUB DĚČÍN**

Bakalářská práce: 11-FP-KTV-410

Autor:

Lenka MACHTOVÁ

Podpis:

.....

Vedoucí práce: Mgr. Eva Hložková

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
53	3	6	9	14	2

V Liberci dne: 22. 04. 2011

Čestné prohlášení

Název práce: Marketingová a finanční analýza spinningového klubu Schwinn cykling Děčín

Jméno a příjmení autora: Lenka Machtová

Osobní číslo: P08000965

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všem systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 21. 04. 2011

Lenka Machtová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat touto cestou všem, kteří mi ve zpracování této práce pomáhali a bez kterých by nevznikla finální verze. V první řadě chci poděkovat vedoucí mé práce Mgr. Evě Hložkové za její čas, odborné rady a nápady. Dále Ing. Ivaně Chramostové za její rady a pomoc při zpracování práce, Kateřině Zárubové za poskytnutí materiálů a v neposlední řadě děkuji svým blízkým a přátelům za podporu a užitečné připomínky při psaní této práce.

Anotace

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vypracovat finanční a marketingovou analýzu spinningového klubu Schwinn cycling Děčín, a následně navrhnout zlepšení současné situace. Teoretická část je zaměřena na SWOT analýzu a na vysvětlení zásadních pojmů, které souvisí se spinningem.

Praktická část vychází z materiálů poskytnutých spinningovým klubem, je zaměřena na vypracování marketingové a finanční analýzy. Hlavním přínosem práce jsou navržená doporučení na zlepšení současné situace klubu, která vychází ze sestavených analýz.

Klíčová slova: spinning, finanční analýza, SWOT analýza, InBody230

Annotation

The main goal of my bachelor thesis was to work out a financial and marketing analysis of a Děčín's spinning sport club Schwinn cycling and on the base of the analysis to suggest improvements of the present situation. Theoretical part is concentrated on SWOT analysis and on explaining of the basic terms connected with spinning.

Practical part, which comes out of materials provided by the spinning club, is focused on working out the financial and marketing analysis. The main benefits of this thesis are recommended improvements of the present situation in the club, that result from the worked out analysis.

Key words: spinning, financial analysis, SWOT analysis, InBody230

Annotation

Das Hauptziel der Bachelorarbeit war es eine Finanz- und Marketinganalyse des Spinning-Clubs „Schwinn cycling Děčín“ auszuarbeiten und folgend auch eine Verbesserung der aktuellen Situation vorzuschlagen.

Der theoretische Teil ist auf die SWOT – Analyse und auf Erklärung der Grundbegriffe, die mit Spinning zusammenhängen, orientiert.

Der praktische Teil geht aus den Materialien aus, die der Spinning-Club zur Verfügung stellte, er ist auf die Ausarbeitung der Marketing- und Finanzanalyse orientiert.

Der Hauptbeitrag dieser Arbeit sind die vorgeschlagenen Empfehlungen zur Verbesserung der aktuellen Situation des Clubs, die aus den zusammengestellten Analysen ausgehen.

Schlüsselwörter: Spinning, Finanzanalyse, SWOT Analyse, InBody230

Obsah

Seznam zkratek	10
Úvod.....	11
1. Cíle práce	12
1.1 Hlavní cíl práce	12
1.2 Dílčí úkoly.....	12
2. Co je to spinning	13
2.1 Historie spinningu	13
2.2 Kola	14
2.3 Nastavení spinneru	15
2.4 Držení řídítek	16
2.5 Techniky jízdy.....	16
2.6 Hudba	17
3. Schwinn cycling Děčín	18
4. Sport a volný čas.....	19
4.1 Definice sportu	19
4.2 Definice volného času	19
4.3 Místo sportu ve volném čase.....	20
5. InBody	21
5.1 Složení těla	21
5.2 Svaly – tuky.....	22
5.3 Diagnóza obezity.....	22
5.4 Vyváženost postavy	23
5.5 Retence vody (otoky)	23
5.6 Útrobní tělesný tuk.....	24
5.7 Doplnující údaje	24
5.7.1 Stupeň obezity.....	24
5.7.2 Množství buněčné hmoty.....	24
5.7.3 Obsah minerálních látek podílejících se na stavbě kosti	25
5.7.4 Bazální metabolismus	25
5.7.5 Obvod svalstva paže	25

5.7.6	Obvod paže	26
5.7.7	Kontrola svalové hmoty	26
5.7.8	Kontrola tělesné hmotnosti	26
5.7.9	Cílová váha	26
5.8	Růstový diagram	27
5.9	Cvičební plán	27
5.10	Výběr pohybové aktivity	27
6.	Marketingová analýza	28
6.1	SWOT analýza	28
6.2	Analýza vnitřního prostředí (S-W analýza)	28
6.2.1	Silné stránky - strengths	28
6.2.2	Slabé stránky – weaknesses	30
6.3	Analýza vnějšího prostředí (O-T analýza)	30
6.3.1	Příležitosti - opportunities	30
6.3.2	Hrozby - threats	31
7.	Finanční analýza	33
7.1	Rozvaha	33
7.2	Výkaz zisků a ztrát	34
7.2.1	Výnosy	34
7.2.2	Náklady	35
7.3	Příloha k účetní závěrce	35
Praktická část		
8.	Marketingová analýza	36
8.1	SWOT analýza	36
8.1.1	Silné stránky:	36
8.1.2	Slabé stránky:	36
8.1.3	Příležitosti:	39
8.1.4	Hrozby	40
9.	Finanční analýza	41
9.1	Výnosy za rok 2010	41
9.2	Náklady za rok 2010	42
9.3	Náklady a výnosy	43

10. Návrhy na zlepšení stávajícího stavu.....	45
10.1 Propagace	45
10.2 Cena pro studenty	45
10.3 Pevné hodiny instruktorů.....	45
10.4 Vlastní prostory	46
11. Závěr	47
12. Literatura.....	49
Seznam příloh	51

Seznam zkratek

BM	-	body mass index
BMW	-	Bayerische Motoren Werke
ISIC	-	International Student Identity Card
Kcal	-	Kilokalorie
SCD	-	Schwinn cycling Děčín
SWOT	-	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
WWW	-	World Wide Web

Úvod

Téma mé bakalářské práce Marketingová a finanční analýza spinningového klubu Schwinn cycling Děčín (SCD) jsem si vybrala z několika důvodů. K tomuto sportu mám velmi kladný vztah. Zejména v posledních letech, která trávím na vysokoškolských kolejích v Liberci, kde studuji obor Sportovní management, se o spinning zajímám a zabývám se jím velmi intenzivně. Proto jsem se rozhodla napsat svou bakalářskou práci právě o tomto sportu.

Spinningu se věnuji v několika sportovních klubech, v Liberci a v rodném Děčíně. Pro vytvoření této práce jsem si vybrala klub ze svého rodného města, který je mi znám nejvíce. Tento klub se věnuje nejen spinningovému programu, ale nabízí také službu pro diagnostiku a analýzu složení lidského těla přístrojem InBody230, který je zajímavou součástí jejich nabídky.

V teoretické části práce jsem se zaměřila na SWOT analýzu a na vysvětlení zásadních pojmů, které souvisí se spinningem a přístrojem InBody230. Praktická část vychází z materiálů poskytnutých spinningovým klubem. Zaměřila jsem se na vypracování marketingové analýzy, především na silné a slabé stránky podniku, jeho příležitosti a hrozby. Dále na finanční analýzu, kde rozebírám hospodaření klubu, konkrétně jeho náklady a výnosy.

Hlavním cílem práce bylo zanalyzovat současný stav klubu a na základě výsledků navrhnout co nejvíce možných řešení, které by vedly k vzestupu SCD. Díky těmto návrhům by mohl klub vylepšit svou činnost a tím získat více spokojených klientů a dosahovat vyšších zisků.

1. Cíle práce

1.1 Hlavní cíl práce

Cílem práce je vytvořit marketingovou a finanční analýzu spinningového klubu a navrhnout zlepšení stávajícího stavu.

1.2 Dílčí úkoly

1. seznámení se zázemím a vybavením klubu
2. zpracování marketingové analýzy
3. zpracování finanční analýzy

2. Co je to spinning

Spinning je energeticky účinné skupinové cvičení na stacionárním kole (*spinbike*, *spinner*), kde je spojována hudba s motivací a lidskou představivostí.

Spinning zařazujeme mezi aerobní cvičení, kdy si každý jezdec volí svou zátěž dle svých možností a cílů, tempo je určováno rytmem hudby. Tento mladý sport probíhající pod vedením lektorů, kteří jsou držiteli certifikačního plánu J.G.S.I. (Johnny G Spinning Instruktor), je nenáročný na koordinaci pohybů a nezatěžuje kloubní systém.

Obzvláště velký důraz je kladen na správnou techniku jízdy na kole, získané návyky lze plně využít v terénu a to jak na kole silničním, tak na horském.

Ve spinningu existuje několik základních stylů jízdy a tři pozice rukou. Tím se na rozdíl od typických skupinových cvičení snižuje množství variací choreografie, a techniky jsou proto neměnné. (WIKIPEDIA, 2010)

2.1 Historie spinningu

Nedílnou součástí historie spinning programu je jméno Johnnatana Goldberga. Tento původem jihoafrický ultraatlet a cyklista využíval trénink na stacionárním kole v rámci své přípravy na extrémní cyklistický závod napříč Amerikou (Race Accros America) dlouhý 5000 kilometrů. Přípravu na stacionárním kole využívají i ostatní profesionálové a výkonnostní cyklisté, ale pouze Johnnatan Goldberg přišel s nápadem sestavit aerobní program s pevnými pravidly a s využitím právě speciálního stacionárního kola a hudby jako motivačního zdroje.

Nejdříve využíval stacionární kolo pro vlastní trénink, následně jej představil svým přátelům a klientům a v roce 1989 otevřel v Santa Monice v Kalifornii první tréninkové centrum. V roce 1995 podepsal smlouvu s renomovaným výrobcem bicyklů - společností Schwinn, dohoda se týkala výroby speciálních kol (*spinnerů*). Po šesti letech byla tato firma vystřídána společností Star Trac, jež je dodnes oficiálním dodavatelem *spinnerů* pro autorizovaná centra.

Současně také Johny G. připravuje své nástupce a šířitele myšlenky spinning programu do celého světa formou školení, kurzů a systémů kontinuálního vzdělávání. (HNÍZDIL, KIRCHNER, NOVOTNÁ, 2005)

2.2 Kola

Do roku 2001 dodávala spinnery firma Schwinn, tudíž se můžeme se staršími modely této značky ještě v některých centrech setkat. Spinning centra založená po tomto datu nabízejí většinou jízdu na modelech firmy Star Trac. Nejčastější jsou modely vycházející z původní koncepce Johnnyho Goldberga, s označením SPINNER PRO a SPINNER ELITE. Existuje ještě exkluzivní varianta, která doplňuje tuto modelovou řadu spinnerů společnosti Star Trac, tou je typ SPINNER NXT, jehož design pochází z rýsovacích prken návrhářů koncernu BMW. (HNÍZDIL, KIRCHNER, NOVOTNÁ, 2005)

Obrázek 1, Spinner PRO



Zdroj: STARTRAC.CZ (2011)

Obrázek 2, Spinner ELITE



Zdroj: STARTRAC.CZ (2011)

Obrázek 3, Spinner NXT



Zdroj: STARTRAC.CZ (2011)

Všechny tyto modely se vyznačují vysokým komfortem jízdy, díky jednoduchému systému umožňujícímu nastavení spinneru podle tělesných proporcí a parametrů jednotlivce a propracovaným ovládacím prvkům. Na spinneru lze nastavit výšku sedla, výšku řídítek a předozadní polohu sedla.

Součástí kola je snadno dostupný ovládací prvek, jímž si přidáváme nebo ubíráme zátěž a zároveň slouží jako brzda. Kvalitní setrvačnick navozuje spolu s celou konstrukcí spinneru pocit jízdy na skutečném kole. (HNÍZDIL, KIRCHNER, NOVOTNÁ, 2005)

2.3 Nastavení spinneru

Nastavení spinneru je velmi důležité. Základem optimálního výkonu je bezpečnost, ohled na zdraví a pohodlí každého jedince. Samozřejmě existují obecná doporučení pro nastavení kola, je ale zapotřebí si je v praxi vyzkoušet a přizpůsobit se jim.

Správné nastavení výšky sedla umožňuje efektivní zapojení všech zúčastněných svalů tak, aby se nepřetěžovala přední nebo zadní strana stehů. Velmi záleží na nastavení úhlu sedla, aby nebylo skloněné dozadu, nebo aby se sedlo nenaklápělo dopředu, v obou případech jsou nadměrně zatěžovány ruce a břišní svalstvo. Abychom nevyřazovali z činnosti lýtkový sval, je důležité správné postavení chodidla na pedálu. To může být na pedálu zajištěno klipsnou, nebo nášlapným

upevněním, na které je potřeba speciální obuv. Důležité je také nastavení výšky řídítek, která by měla být stejně vysoko jako sedlo, ale v případě bolesti zad nebo při těhotenství se nastavují řídítka výše. HNÍZDIL, KIRCHNER, NOVOTNÁ, 2005)

2.4 Držení řídítek

Ruce u sebe (1)

Držení *ruce u sebe (1)* se používá jen při rovině v sedle. Ruce volně položíme do středu řídítek, palce máme u sebe a ruce se opírají buďto dlaní, nebo vnější stranou dlaně.

Ruce od sebe (2)

Toto držení se používá v kopci v sedle, v některých částech kombinovaného kopce, v přípravě na sprint v rovině, při rovině ze sedla a kombinované rovině. Řídítka držíme pevně, ruce od sebe, palce nahoře. Takto máme zajištěné optimální bezpečí a rovnováhu, díky roztaženému hrudníku navozujeme efektivnější dýchání.

Ze sedla (3)

Takto se držíme v některých částech kombinovaného kopce, v částech sprintu v rovině a sprintu v kopci, při kopci ze sedla a v některých částech kombinovaného kopce. Ruce máme v krajní poloze řídítek, která uchopíme tak, abychom neměli natočená ramena. (SCHWINN CYCLING, 2002)

2.5 Techniky jízdy.

Při jízdě na spinneru se uplatňuje několik technik jízdy.

Rovina v sedle – simuluje jízdu venku na rovině. Základní technika znamenající rovnoměrné šlapání příslušnou frekvencí vsedě, s mírně prověšenými rukama, používající se hlavně na zahřátí a zklidňování. Frekvence šlapání se pohybuje mezi 80 – 110 otáčkami za minutu, ruce jsou na pozici č. 1 a zátěž je mírná až střední.

Rovina ze sedla, tzv. running – simulace terénu s malými rozdíly mezi rovinou a kopcem. Před zdvihnutím ze sedla je třeba zvýšit zátěž. Ruce se jen lehce opírají o

řídítka v pozici č. 2, těžiště udržujeme nad pedály a hýždě se zlehka dotýkají špičky sedla. Frekvence se pohybuje mezi 80 – 120 otáčkami za minutu, zátěž mírná nebo střední.

Kopec v sedle – tato technika simuluje stoupání. Jízda v sedle s mírně nahrbenými zády, uvolněnými pažemi. Rovnoměrné šlapání s vyšší prací nohou s frekvencí 60 – 80 otáček za minutu, mírnou až vysokou zátěží, s držením č. 2.

Kopec ze sedla – simulace strmějšího kopce v terénu. Záda jsou lehce nahrbená a těžiště těla je nad středem pedálů. Stehna by se měla dotýkat konce sedla. Frekvence otáček 60 – 80 otáček za minutu, zátěž vysoká, držení č. 3.

Skoky – tato technika je dobrá na zdokonalení svalové koordinace, používá se např. při jízdě v horách. Je třeba plynulého přechodu z pozice v sedle do pozice ze sedla a naopak. Frekvence šlapání se pohybuje mezi 80 – 120 otáčkami za minutu, ve střední zátěži a za pozice rukou č. 2. (SCHWINN CYCLING, 2002)

Toto jsou takové základní typy techniky jízdy, které můžeme rozšířit o pokročilejší, jako je například sprint, running se zátěží, skoky v kopci a sprinty v kopci. U sprintu nastává prudký vzestup srdeční frekvence za maximálního trvání 30 sekund. Skoky v kopci jsou charakteristické střídáním jízdy v sedle a ze sedla, kdy se střídají i pozice rukou. (SCHWINN CYCLING, 2002)

2.6 Hudba

Hudba je jedním z nejlepších motivátorů účastníků na hodině. Je možné používat téměř jakýkoliv druh hudby. Na některé skladby se jede lépe než na jiné a každý jedinec by měl být schopen šlapat do rytmu. Což je potřeba, např. když bude někdo chtít zůstat na nižší tepové frekvenci a hudba bude příliš rychlá. (SCHWINN CYCLING, 2002)

3. Schwinn cycling Děčín

Schwinn cycling Děčín (SCD) je poměrně mladý klub, jehož provoz byl zahájen 30. března 2003 ve fitness centru Jitky Jirušové v Děčíně v Březové ulici, kde působil do roku 2009. Nyní klub sídlí v areálu plaveckého bazénu v Děčíně, kam se přestěhoval v červnu roku 2009. SCD je provozovaný na základě živnostenského oprávnění jeho majitelky, zabývající se speciálně spinningovým programem Schwinn cycling, který byl vyvinut jedním z nejzkušenějších týmů Indoor cyclingu na světě. Zaměřují se na výuku důležitých prvků, které zaručí klientům výsledky a pomoc při cestě k tréninkovému cíli. Je výbornou alternativou aerobních aktivit, vhodný pro všechny, kdo chtějí dělat něco pro své zdraví.

V klubu dnes působí celkem pět spinning instruktorů. Všichni absolvovali certifikační kurz, který obsahuje patřičné zkoušky, díky nimž se stali držiteli mezinárodního certifikátu SCHWINN CYCLING INSTRUKTOR.

Nejprve je třeba absolvovat zkoušky na Bronz licenci, dále na Silver licenci, nakonec Gold licenci. Každá z těchto licencí má alespoň jedno zastoupení u instruktorů SCD. Nejvyšší Gold licenci vlastní hlavní vedoucí instruktor Kateřina Zárubová, která je vlastníkem klubu.

Klub je vybaven jedenácti spinnery druhu SPINNER ELITE. Každou hodinu jezdí jeden instruktor a maximálně deset klientů. Je zde možná i individuální domluva hodiny pro sportovní kluby, např. v dopoledních hodinách.

Klub vlastní i reklamní předměty své značky SCD, jsou to například plastové sportovní lahve na pití a dresy na kolo.

4. Sport a volný čas

Veškeré informace, jež jsou součástí této kapitoly, jsou čerpány z knihy Sport a volný čas od Ireny SLEPIČKOVÉ (2000).

4.1 Definice sportu

Ve světě jsou v současné době nejčastěji používány dvě definice slova sport. První z definic považuje za základní znaky sportu soutěž, hru a výkon. Druhá definuje sport v mnohem širším měřítku, jako zábavu, rekreaci a cvičení. Pojem Význam slova sport lze hledat v latinském původu slova. Latinské „desportare“, , znamená bavit se, rozptýlovat se. Obdobný význam mají též anglické a francouzské výrazy, ve kterých se promítá vedle hlavního významu i základ slova pocházející z latiny. Francouzské sloveso „disporter“ znamená bavit se, „le sport“ zábava, nebo například anglické slovo „sportability“ můžeme přeložit jako žert, šprým, kratochvíle a náklonnost k nim. Takto rozmanité pojetí významu slova sport je stále více akceptováno celým světem.

Sportem se rozumí veškeré formy pohybové činnosti, které si kladou za hlavní cíle projevení a zdokonalení psychické a tělesné kondice, dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních, rozvoj společenských vztahů, ať již prostřednictvím organizované účasti, či bez ní. Stejnou důležitost můžeme přikládat jak výkonnostnímu a vrcholovému sportu, tak i formám sportu, které jsou provozovány za účelem rekreace, zdraví a emocionálních prožitků.

4.2 Definice volného času

Holistické pojetí volného času můžeme považovat za jedno z nejvhodnějších pro oblast sportu (holistické pojetí = zabývá se všemi lidmi, ve všech dobách a zároveň taky všemi rozměry lidství). Umožňuje nám pochopit důvody, proč lidé tráví svůj volný čas daným způsobem. Jsou čtyři podmínky, které musí být splněny k tomu, aby se jednalo o volný čas:

- v dané kultuře je prováděná činnost považována za činnost ve volném čase,
- činnost přináší uspokojení,
- v danou chvíli jedinec nemá vůči ničemu a nikomu žádné povinnosti,
- prováděná činnost je výsledkem svobodného výběru.

Zda se dá hovořit o činnosti ve volném čase, není dáno činností samou, ale přímo osobou, která ji vykonává. Volný čas lze v souhrnu definovat jako časový prostor, v němž jedinec nemá žádné povinnosti vůči sobě ani druhým lidem a v němž se na základě svého vlastního rozhodnutí věnuje vybraným činnostem. Tyto činnosti mu přinášejí radost a uspokojení, nikdy však naopak.

4.3 Místo sportu ve volném čase

Nominální struktura času dokumentuje výčet možné náplně volnočasových aktivit poměrně široce. Přitom časový prostor, který má jedinec dispozici, není velký. Sport se tak ocitá v konkurenci celé řady aktivit, jimiž se dá volný čas naplnit.

Náplň volného času může být velice rozmanitá. Nejdůležitějším faktem však je, zda člověk má volný čas. I proto bývá nejčastěji uváděným důvodem, který zabraňuje lidem aktivně sportovat, právě nedostatek volného času. Otázkou ale je, zdali je tento subjektivní pocit založen na objektivních důvodech. Je statisticky dokázáno, že lidé s vyšším vzděláním jsou schopni racionálněji přistupovat k organizaci svého volného času a zařazují do něj sportovní a pohybové aktivity mnohem častěji než ti, kteří mají času objektivně více. Ten, kdo se sportování ve volném čase věnovat chce, si čas vždy najde. Tomu, kdo s časem neumí příliš nakládat, je zapotřebí poradit, jak je možné si celodenní program uspořádat tak, aby v něm zbylo místo i pro sport a rekreaci.

5. InBody

Veškeré informace v této kapitole jsou čerpány z INBODY.CZ (2009).

Tento přístroj je používán na diagnostiku a analýzu složení lidského těla, jedná se o jeden z nejspolehlivějších analyzátorů. Analýza trvá zhruba 30 sekund, analyzovaná osoba musí být na boso, bez bot i ponožek. Přístroj změří všechny od 6 do 99 let s výjimkou osob s kardiostimulátorem.

Na InBody přístroji se dá zjistit složení těla, svaly – tuky, diagnóza obezity, vyváženost postavy, retence vody (otoky), útrobní tělesný tuk, doplňující údaje, komplexní vyhodnocení, růstový diagram, cvičební plán.

5.1 Složení těla

Lidské tělo je tvořeno minerálními látkami, vodou, proteiny a tuky. Z těchto složek je utvářen jeden celek, který tvoří celkovou hmotnost těla. U dospělých zdravých osob je podíl těchto složek téměř konstantní, ale obsah jednotlivých částí se mění v závislosti na pohlaví, např. ženy mají menší procento vody než muži a liší se procenty tuku v těle.

Obsah tukové tkáně se u mužů průměrně pohybuje v rozmezí 10 – 20%, u žen je dán vyšší podíl obsahu tuku, a to 18 – 28%. S věkem procento tuku stoupá.

Tabulka č. 1, Optimální složení těla

Základní složky	Muži	Ženy
Voda	62,4%	56,5%
Minerální látky	5,8%	5,3%
Proteiny	16,5%	15,2%
Tělesný tuk	15,3%	23,0%
Celkem	100,0%	100,0%

Zdroj: INBODY.CZ (2009)

InBody analyzuje všechny čtyři základní složky lidského těla a v procentech vyjadřuje jejich poměr u dané osoby. Rovněž je schopen analyzovat množství intracelulární a extracelulární tekutiny, rozlišit množství minerálních látek vázaných v kostech a minerálních látek v kostech nevázaných.

5.2 Svaly – tuky

InBody analyzuje poměr svalů a tukové hmoty.

Pravidelnými pohybovými aktivitami a úpravou stravovacích návyků lze snížit procento tělesného tuku. Uvádí se, že na redukci tuku mají až 70% vliv vhodné stravovací návyky a zbývajících 30% zajišťuje pohybová aktivita. Pro dlouhodobé udržení hmotnosti je tedy třeba dodržovat oboje. Cíleně redukovat tuky pomáhá zejména aerobní aktivita, jako je například spinning, jogging, aerobic a jízda na kole. Nesmíme zapomínat na anaerobní pohyb, jelikož ten pomáhá zvyšovat množství svalové hmoty i bazální metabolismus.

5.3 Diagnóza obezity

Všechny modely InBody zobrazují tři údaje, díky kterým odvodíme míru obezity a z toho vyplývající možná zdravotní rizika.

BMI se zjišťuje na základě výpočtu, kde do vzorce dosazujeme výšku v cm a hmotnost v kg. Tento ukazatel není vhodný pro všechny, udává méně přesné údaje, zejména u starších lidí, aktivních sportovců a dětí. Nebere totiž v úvahu, zda je hmotnost tvořena svalovou hmotou nebo tukem. Nelze tedy rozlišit, zda má vyšetřovaná osoba nadváhu z důvodu vysokého procenta tuku nebo svalů. Proto je nutné hodnotit nadváhu či obezitu jak podle BMI tak i podle procenta tělesného tuku.

Vzorec pro výpočet BMI:

$$\text{BMI} = \text{hmotnost [kg]} / \text{výška [m]}^2$$

Tabulka č. 2, BMI

BMI	kategorie	zdravotní rizika
méně než 18,5	podváha	vysoká
18,5 - 24,9	norma	minimální
25,0 - 29,9	nadváha	nízká až lehce vyšší
30,0 - 34,9	obezita 1. stupně	zvýšená
35,0 - 39,9	obezita 2. stupně (závažná)	vysoká
40,0 a více	obezita 3. stupně (těžká)	velmi vysoká

Zdroj: INBODY.CZ (2009)

Poměr WHR udává, zda je tělesný tuk uložen ve zvýšené míře na břiše – neboli zda jste typ obezity jablko, či hruška.

U mužů je norma dána poměrem 0,80 - 0,90, u žen 0,75 – 0,85. Jakmile hodnota překročí pásmo normy, je analyzovaná osoba ve zvýšené míře ohrožená metabolickými komplikacemi a kardiovaskulárními chorobami, jelikož tuk uložený v oblasti pasu je obzvláště rizikový.

5.4 Vyváženost postavy

Na přístroji InBody je možné zjistit i případné svalové dysbalance, neboli nerovnováhu těla, která může být příčinou nevhodného zatěžování jen jedné poloviny těla, ať už je to levá - pravá, nebo horní - dolní. Z těchto informací můžeme zjistit, do jaké části těla se tuk ukládá.

5.5 Retence vody (otoky)

Celková tělesná tekutina je složena z vnitrobuněčné a mimobuněčné tekutiny. Pokud je index retence vody (mimobuněčná tekutina/vnitrobuněčná tekutina) v některé části těla vyšší, než jeho průměrná hodnota, vznikne v této části těla zvýšená retence (zadržování) vody neboli otok.

Příčinou vzniku otoků jsou většinou vážnější zdravotní problémy související s onemocněním ledvin či jater. Mohou odrážet výživový stav nebo některá zánětlivá onemocnění související s poklesem albuminu v krvi. Výkyvy množství vody mohou být též způsobeny nepravidelným pitným režimem a u žen mnohem

častěji v důsledku menstruace. Je tedy důležité dbát na pravidelný přísun tekutin během celého dne a neprovádět měření během menstruace.

5.6 Útrobní tělesný tuk

Útrobní tělesný tuk je tuk, který se ukládá do prostoru mezi orgány do míst v místech, kde se přirozeně nevyskytují. Pokud se lidský organismus ocitne ve stavu nadměrného ukládání (tělesného) tuku, vystavuje se vysokému riziku metabolických onemocnění, která mohou vést až ke vzniku metabolického syndromu, poruchám kardiovaskulárního systému a dalším zdravotním komplikacím souvisejícími s obezitou. Vnitřní tuky se ukládají jak při zvýšeném, tak při velmi nízkém příjmu energie, při příjmu energie, který je nižší než naše tělo potřebuje. Tudíž když hladovíme, tělo si začne vnitřní tuky ukládat tzv. na horší časy a začnou se zvyšovat jeho zdravotní problémy. Nejlepším řešením je pravidelná strava, kdy se tělo nemusí obávat žádného hladovění, a nemusí tedy docházet k ukládání energie.

5.7 Doplnující údaje

Další údaje, které je možné zjistit změřením přístrojem InBody230.

5.7.1 Stupeň obezity

Jde o poměr aktuální hmotnosti k ideální hmotnosti na základě výšky a věku. Výsledek je udáván v procentech, kdy normální rozmezí hmotnosti představuje 90 – 100%. Nevýhodou tohoto ukazatele je, že neodráží podíl tuku a beztukové hmoty, dochází tedy ke zkreslení výsledků zejména u sportovců s vysokým podílem svalové hmoty.

5.7.2 Množství buněčné hmoty

Buněčná hmota slouží jako jeden ze standardů pro vyhodnocení stavu výživy vyšetřované osoby. Pokles váhy může znamenat závažná zdravotní rizika, jelikož při každé redukci váhy dochází nejen k úbytku tukové tkáně, ale také k úbytku aktivní buněčné hmoty, tj. buněk svalové tkáně, jaterních buněk, vlastně buněk všech orgánů s výjimkou tkáně nervové. Zda více ubývá tuk, nebo aktivní

buněčná hmota, záleží na rychlosti váhového úbytku, na poměrech výživových složek v tomto období a na fyzické aktivitě. Neoptimálnější důsledek redukčního režimu je úbytek převážně tukové tkáně a podstatně menší úbytek aktivní buněčné hmoty. V takovém případě mohou být nepříznivé účinky poklesu tělesné váhy minimální, prakticky bez zdravotního rizika. Při zvýšeném úbytku buněčné složky, dojde k úbytku svalové hmoty, tj. svaloviny kosterní, svaloviny srdce a pomocných svalů inspiračních. S tím je spojeno snížení funkce takto postižených svalových složek, oslabení síly kosterního svalstva, riziko zhoršení činnosti srdce a možnost zhoršení dechových potíží.

5.7.3 Obsah minerálních látek podílejících se na stavbě kosti

Mineralizace kostí je dána množstvím minerálních látek v kosti uložených. Hodnota je důležitá pro prevenci a diagnostiku osteoporózy. V důsledku tohoto onemocnění dochází u lidí trpících tímto onemocněním k četnějším zlomeninám. Stav je nejčastěji způsoben nedostatkem vápníku v těle a zvýšeným odbouráváním kostní tkáně při nedostatku fyzické zátěže.

5.7.4 Bazální metabolismus

Bazální metabolismus představuje minimální množství energie potřebné pro zachování základních životních funkcí (dýchání, metabolismus, termoregulace). Jde tedy o množství energetického příjmu potřebné pro zachování základních životních funkcí. Ve výši této hodnoty není zohledněn energetický příjem potřebný pro pokrytí denních pohybových aktivit. Tento výpočet je také potřebný pro lidi s mimořádnou tělesnou stavbou, ať již svalnaté, nebo obézní. Bazální výdej tvoří přibližně 60 až 70 % celkového denního energetického výdeje. Další potřeba energie je závislá na aktivitách, které denně vykonáváme (práce, sport, kouření – zvyšuje bazální metabolismus...).

5.7.5 Obvod svalstva paže

Obvod svalstva paže je jeden z nejspolehlivějších způsobů pro vyhodnocení stavu výživy vyšetřované osoby. Na základě obvodu svalstva paže zjistíme velmi zřetelně stav podvýživy, kdy ochabuje svalová hmota, a důsledkem je právě

zmenšení obvodu. Toto měření je uplatňováno zejména v nemocnicích u dlouhodobě nemocných a u starších osob, kdy dochází k ochabování svaloviny vlivem fyziologických změn v těle a také vlivem nedostatečně biologicky hodnotné stravy.

5.7.6 Obvod paže

Obvod paže se používá pro vyhodnocení hladiny bílkovin společně s obvodem svalstva paže. Obvod paže se zmenšuje, když se zmenšuje sval, nebo když se snižuje podkožní tuk. Jestliže dojde ke změně u obvodu paže, ale ne u obvodu svalstva paže, potom došlo ke změně u podkožního tuku.

5.7.7 Kontrola svalové hmoty

Kontrola svalů se vypočítá na základě ideální svalové hmoty při ideální váze. Čím více je tělo tvořeno svalovou hmotou, tím je to pro organismus pozitivnější přínos pro jeho kondici. Nehledě na to, že svalová hmota se podílí na výši bazálního metabolismu. Čím více svalové hmoty, tím vyšší bazální metabolismus, tím více přijaté energie tělo spotřebuje jen pro své základní životní funkce.

5.7.8 Kontrola tělesné hmotnosti

Kontrola tělesné hmotnosti se vypočítá na základě kontroly tuku a kontroly svalů. Cílová váha je potom součet, či odečet skutečné váhy a hodnoty kontroly váhy.

5.7.9 Cílová váha

Cílová váha se liší od ideální váhy. Ideální váha se počítá podle výšky vyšetřované osoby. Počítá se na základě svalové hmoty a tukové hmoty vyšetřované osoby. Jestliže váha vyšetřované osoby je nad její ideální váhou, zatímco její svalová hmota je nad ideální váhou, potom je cílová váha vyšší než ideální váha. Cílová váha je zaměřena spíše na zdravotní stav než na dokonalost či krásu osoby.

5.8 Růstový diagram

Pokud na přístroji InBody měříme děti (od 6 do 18 let), vytvoří nám graf, v němž je vyznačena křížky hmotnost a výška vyšetřované osoby. V grafu jsou zobrazené svazky tzv. růstových křivek pro mládež od 3 do 18 let. Křivky zobrazují průběh hmotnosti (výšky) podle věku osob, rozdělených podle četnosti výskytu v populaci tzv. percentil. Percentil vyjadřuje pozici vyšetřované osoby v souboru populace shodného věku a pohlaví podle výšky (hmotnosti).

Většina přístrojů InBody byla v minulém roce obohacena o tzv. dětský program, který výsledky analýzy popíše tak, aby byly srozumitelné i malým dětem.

5.9 Cvičební plán

Sport a nejrůznější pohybové aktivity jsou jednou z nezbytných složek k cestě za zdravým životním stylem a neměli bychom je opomíjet.

Sporty můžeme rozdělit na sporty rychlostní, vytrvalostní, nebo silové. Z jiného hlediska je také můžeme rozdělit na sporty rekreační, či vrcholové. Při jakémkoliv druhu sportovní aktivity můžeme využít analýzu složení těla na InBody, abychom viděli efektivitu cvičení. Také nám pomůže vyvarovat se dysbalancím, které mohou vzniknout, když nerovnoměrně zatěžujeme jednu polovinu těla více než druhou.

5.10 Výběr pohybové aktivity

Analýza složení těla na přístroji InBody nám dává cenné informace, na základě kterých lze doporučit vhodnou pohybovou aktivitu individuálně na danou osobu. Dle výsledků o rozložení a množství svalové či tukové tkáně zjistíme, zda bude vhodnější silový trénink pro budování svalové hmoty, cviky pro zpevnění postavy, vyrovnavání dysbalancí, či aerobní aktivity vedoucí k redukci tuku.

- InBody nám přesně stanoví, kolik tělo analyzované osoby spotřebuje („spálí“) kcal za 30 min při různém pohybu (viz ikonky sportu).
- Na výsledném formuláři s analýzou a cvičebním plánem může trenér, lékař, nebo výživový terapeut doplnit další pokyny.

6. Marketingová analýza

Marketingová analýza slouží k odhalení základních chyb, které jsou příčinou neuspokojivého výsledku prodeje zboží či nabídky služeb. Jedním ze základních ukazatelů je SWOT analýza.

6.1 SWOT analýza

FINANCE-MANAGEMENT.CZ (2007) uvádí: „*SWOT je typ strategické analýzy stavu firmy, podniku či organizace z hlediska jejich silných stránek (strengths), slabých stránek (weaknesses), příležitostí (opportunities) a ohrožení (threats), který poskytuje podklady pro formulaci rozvojových směrů a aktivit, podnikových strategií a strategických cílů.*“

Příležitosti a silné stránky se podnik snaží maximalizovat, naopak slabé stránky musíme minimalizovat.

6.2 Analýza vnitřního prostředí (S-W analýza)

KUBIAS (2007, s. 18) uvádí: „*Pomocí S-W analýzy zjišťujeme a porovnáváme silné a slabé stránky organizace. Při hodnocení je nutné si uvědomit, že i špatná, či zaostalá organizace má své přednosti (a opačně) a záleží na managementu, zda je dokáže využít a zlepšit tak postavení organizace.*“

6.2.1 Silné stránky - strengths

Základní faktory ovlivňující silné stránky podniku:

Unikátní nebo jinak odlišné produkty a služby, cena, jedinečné know-how, good will, patenty, technologie, obchodní značka, reputace, výrobní procesy a postupy poskytující konkurenční výhodu, nákladová výhoda, speciální marketingové analýzy, exkluzivní přístup k informačním zdrojům, umístění podniku, finanční síla a zdraví firmy, míra její diverzifikace, či naopak specializace. (FINANCE-MANAGEMENT.CZ, 2007)

Cena

Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který produkuje příjmy, všechny ostatní prvky produkují náklady. Cena dříve působila jako rozhodující faktor při

výběru zboží zákazníkem, to dodnes platí v chudších zemích, u chudších vrstev obyvatelstva a u zboží, které má charakter komodit. I když v posledních desetiletích značně stoupl význam ostatních faktorů ovlivňujících rozhodování zákazníka, cena stále ještě patří k určujícím faktorům, které rozhodují o podílu firmy na trhu a její ziskovosti. Ceny jsou v posledních letech vystaveny značnému tlaku, který je na základě získaných zkušeností stlačuje dolů. Stagnují-li nebo klesají reálné příjmy kupujících a zákazníci na základě zkušeností očekávají snížení ceny, začnou nakupovat mnohem opatrněji. To donutí prodejce a zároveň výrobce ke snížení ceny. V důsledku toho vznikne na trhu situace, kterou lze charakterizovat jako poskytování velkých slev a silná propagace prodeje. (DĚDKOVÁ, HONZÁKOVÁ, 2009)

Tvorba ceny

Ceny jsou utvářeny různým způsobem, jsou často určovány vrcholovým managementem, ale měly by být určeny cenovým nebo marketingovým oddělením. Stanovení ceny je dosti obtížné, problém nastává zvláště tehdy, jedná-li se o určení ceny výchozí. Pro stanovení ceny můžeme použít různé metody:

- Kalkulace podle nákladů – běžná metoda tvorby ceny, spočívající v přidání standardní přírážky k jednotkovým nákladům.
- Oceňování na základě poptávky – je-li velká poptávka, vede k vysoké ceně. Musíme tedy odhadnout závislost prodeje na stanovené ceně a nastavíme cenu tak, aby vyvolala maximální zisk.
- Pomocí vnímané hodnoty – rozhodujícím faktorem je hodnota, kterou vnímá zákazník. Důležitým předpokladem je správné určení toho, jak trh vnímá nabízenou hodnotu.
- Pomocí cílové návratnosti – firma stanoví takovou cenu, která jí zaručí návratnost investic.

Při výběru konečné ceny musí firma vzít v úvahu i další faktory včetně psychologického, ostatních prvků marketingového mixu a vliv ceny na ostatní účastníky. Je také důležité brát v úvahu kvalitu značky a kvalitu reklamy v porovnání s konkurencí. Dodatečně se vždy stanovená cena vyhodnocuje

a zjišťuje se, zda tvoří dostatečný zisk, eventuálně se udělají změny. (DĚDKOVÁ, HONZÁKOVÁ, 2009)

6.2.2 Slabé stránky – weaknesses

Příklady slabých stránek podniku:

Nedostatečná diferenciacce produktů a služeb v závislosti na konkurenci, špatná kvalita produktů a služeb, cena, pokud není silnou stránkou podniku, vysoké náklady, nízká produktivita, nedostatečná efektivita a výkonnost výroby, slabá reputace a obchodní značka, neodpovídající marketingová strategie a customer relationship management, omezený přístup k distribučním kanálům. (FINANCE-MANAGEMENT.CZ, 2007)

6.3 Analýza vnějšího prostředí (O-T analýza)

KUBIAS (2007, s. 18) uvádí: „*Na základě O-T analýzy zjišťujeme a porovnáváme jednak příležitosti, které stojí před organizací a jednak hrozby, které ji ohrožují. Jedná se tedy o to, jak realizovat maximum šancí, které organizace má, a jak minimalizovat rizika.*“

6.3.1 Příležitosti - opportunities

Příležitosti je možné definovat podle oboru podnikání různě, jde například o: rozvoj a využití nových trhů a mezinárodní expanze, rozvoj a využití nových distribučních cest, oslovení nových zákaznických segmentů, odstranění mezinárodních obchodních bariér, vývoj nových produktů a odvětví, strategické aliance, fúze, akvizice, joint venture, venture capital, strategické partnerství, outsourcing podnikových procesů. (FINANCE-MANAGEMENT.CZ, 2007)

Propagace

Propagace je definována jako přesvědčivá komunikace, prováděná za účelem prodeje produktů a služeb potencionálním zákazníkům. Zahrnuje čtyři základní činnosti, tzv. propagační mix, kam zařazujeme publicitu, opatření na podporu prodeje, reklamu a osobní prodej. Všechny tyto formy se využívají právě při

prodeji sportovních produktů a služeb. Ovšem je třeba přihlížet i k dalším marketingovým nástrojům, jako je cena a distribuce. (NOVOTNÝ, 2000)

Propagace se odvíjí od:

- základních cílů kladených managementem (např. dosažení určitého počtu zákazníků nebo obratu),
- možnosti výběru dostupných médií, které máme k dispozici (rozhlas, tisk, televize, apod.),
- cílové skupiny zákazníků (studenti, děti, senioři, ženy, apod.),
- finančních prostředků, které jsme schopni na propagaci vynaložit. (NOVOTNÝ, 2000)

Druhy propagace

Dnes se ve sportu a sportovních zařízeních využívají různé druhy propagace, jako je např.:

- osobní prodej: prodej speciální nabídky sponzorům prostřednictvím např. sportovního manažera,
- podpora prodeje: dny otevřených dveří, možnost slosování vstupenek či permanentek apod.,
- reklama: sportovních služeb, sportovních výrobků, na specifických sportovních médiích (dresy, výstroj, výzbroj),
- public relations: rozhovory a vystoupení s uznávanými sportovci a trenéry, kteří vystupují jako svědci kvality služeb, zboží a myšlenek sportovního odvětví. (NOVOTNÝ, 2000)

6.3.2 Hrozby - threats

Neméně důležitou složkou SWOT analýzy jsou hrozby podniku, zahrnující například tyto faktory:

konkurence na trhu, změna či fáze životního cyklu výrobku, služby nebo odvětví, cenové strategie a války, příchod konkurence na trh s novým řešením, produktem

nebo službou, regulace trhu, tržní bariéry. (FINANCE-MANAGEMENT.CZ, 2007)

Konkurence

Konkurence je pro ekonomické myšlení klíčová. Přesto ekonomická teorie nepodává jednoznačnou definici tohoto pojmu. Konkurence se nemusí odehrávat pouze při velkém počtu firem na trhu, ale souvisí s překážkami vstupu do odvětví a se změnou technologií a inovacemi.

Jde o rivalství mezi jednotlivci (nebo skupinami či národy) a vzniká vždy, když se dvě a více stran snaží o něco, co nemohou získat všichni.

Konkurence může být svobodná, volná, dokonalá, nedokonalá, monopolistická, nekalá, zdravá, funkční, oligopolní, destruktivní nebo mezinárodní.

Rozlišujeme dva hlavní aspekty – konkurence jako struktura trhu a konkurence jako chování firem. V případě tržní struktury jsou rozhodujícími charakteristikami počet firem na trhu, jejich podíl na trhu a překážky vstupu na trh. V případě chování firem pak stanovování cen a množství, výdaje na reklamu, výzkum a vývoj, investice apod.

Konkurenční chování znamená pro většinu podnikatelů snižování cen, nákladů, diferenciaci výrobku a inovace. Pro spotřebitele nebo zákazníky znamená nízké ceny, možnost volby a výběru mezi dodavateli a široký sortiment výrobku. Oba zmíněné aspekty se doplňují. (DĚDKOVÁ, HONZÁKOVÁ, 2009)

7. Finanční analýza

Finanční analýza slouží především pro posouzení finanční situace podniku, úrovně jeho hospodaření, bonity a úvěruschopnosti dlužníka.

Jako zdroj informací pro finanční analýzu můžeme využít účetní výkazy finančního a vnitropodnikového účetnictví, výroční zprávy, ekonomické a podnikové statistiky, podnikové plány, cenové a nákladové kalkulace, zprávy vedoucích pracovníků, auditorů a další podnikové evidence. (KAMPOMATURITE.CZ, 2006)

Nejdůležitější finanční výkazy.

7.1 Rozvaha

Jedním z nejdůležitějších účetních výkazů je rozvaha. Má předepsanou formu a sestavovat ji musí všechny subjekty, které vedou účetnictví. Můžeme ji definovat jako přehledné sestavení majetku podniku – aktiv a zdrojů jeho krytí – pasiv k určitému dni tzv. rozvahovému. Aktiva i pasiva jsou do rozvahy uváděna pomocí peněžního vyjádření. Zachycuje stav a pohyb majetku a zdrojů krytí, a tudíž v ní dochází k neustálým změnám ve stavu a struktuře aktiv a pasiv.

Počáteční a konečný stav aktiv zachycujeme na levou stranu tzv. Má dáti, protože aktivum je i v rozvaze na levé straně. Přírůstky zaznamenáváme také na stranu Má dáti, a úbytky na stranu Dal. Pasivní účty zachycujeme zrcadlově oproti aktivním. Počáteční stav, konečný stav a přírůstky na pravou stranu tzv. Dal a úbytky na stranu Má dáti.

Rozvaha se sestavuje zpravidla na konci účetního období, kdy se jedná o řádnou rozvahu. Může dojít také k sestavení rozvahy mimořádné během roku, z důvodů jako je například založení podniku, zánik podniku, sloučení podniku s jiným a rozsáhlé škody na majetku. Časové období mezi dvěma rozvahami se nazývá účetní období. Rozumíme tím nepřetržitě po sobě jdoucích dvanáct měsíců. Může to být kalendářní rok nebo hospodářský, který začíná prvním dnem jiného měsíce než ledna. (MRKOSOVÁ, 2008)

Tabulka č. 3, Rozvaha

Aktiva	Rozvaha k 1. 1. 200.	Pasiva
1. Stálá aktiva		1. Vlastní zdroje
- dlouhodobý hmotný majetek		- základní kapitál
- dlouhodobý nehmotný majetek		- fondy
		- zisk
- dlouhodobý finanční majetek		2. Cizí zdroje
2. Oběžná aktiva		- dlouhodobé úvěry
- zásoby		- krátkodobé úvěry
- bankovní účty		- dodavatelé
- peníze v pokladně		- zaměstnanci
- pohledávky za odběratele		- státní rozpočet
3. Ostatní aktiva		3. Ostatní pasiva
AKTIVA CELKEM		PASIVA CELKEM

Zdroj: MRKOSOVÁ (2008)

7.2 Výkaz zisků a ztrát

Výkaz zisků a ztrát, neboli výsledovka obsahuje náklady a výnosy druhově nebo účelově uspořádané. Uvedené mezisoučty rozdělují výsledek hospodaření na provozní, finanční a mimořádný. Náklady a výnosy uvádíme z minulého a běžného období. (MRKOSOVÁ, 2008)

7.2.1 Výnosy

JÁČ (2005, s. 50) uvádí: „*Výnosy podniku jsou peněžní částky, které podnik získal z veškerých svých činností za určité účetní období (měsíc, rok) bez ohledu na to, zda v tomto období došlo k jejich inkasu.*“

Rozhodující složkou výnosů a hlavním finančním zdrojem podniku jsou tržby. Jde o peněžní částku, kterou podnik získal prodejem výrobků, služeb a zboží v daném účetním období.

7.2.2 Náklady

JÁČ (2005, s. 56) uvádí: „*Ekonomická teorie definuje náklady podniku jako peněžně oceněnou spotřebu výrobních faktorů vč. veřejných výdajů, která je vyvolána tvorbou podnikových výnosů. Účetní pojetí nákladů tuto obecnou definici zhruba odráží: účetními náklady je spotřeba hodnot (snížení hodnot) v daném období zachycené ve finančním účetnictví (viz dále).*“

Náklady musíme odlišovat od peněžních výdajů. Ty představují úbytek peněžních prostředků podniku bez ohledu na jejich účel použití. Do základních druhů nákladů zařazujeme odpisy, finanční náklady, náklady na externí služby, mzdové a ostatní osobní náklady a spotřebu (zboží, paliv, energie). (JÁČ, 2005)

Rozdíl výnosů a nákladů tvoří hospodářský výsledek podniku. Pokud převyšují výnosy náklady, vykazuje firma zisk, když náklady převyšují výnosy, jde o ztrátu. (JÁČ, 2005)

7.3 Příloha k účetní závěrce

Její povinný obsah je stanoven ministerstvem financí. Lze ji vypracovat ve formě tabulek i popisným způsobem, v plném nebo zkráceném rozsahu.

Příloha obsahuje:

- obecné údaje,
- informace o použitých účetních metodách, obecných účetních zásadách a způsobech oceňování,
- doplňující informace k rozvaze a výkazu zisků a ztrát. (MRKOSOVÁ, 2008)

8. Marketingová analýza

Touto kapitolou se dostáváme k praktické části této bakalářské práce, ve které se zabývám hlavně rozbořem marketingové a finanční situace klubu.

8.1 SWOT analýza

Jde o souhrnné zhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Je výchozím krokem pro obnovení strategických a specifických cílů, který nám umožňuje analyzovat budoucí vývoj.

Nyní aplikuji SWOT analýzu na SCD.

Tabulka č. 4, Silné a slabé stránky SCD

Silné stránky	Slabé stránky
certifikovaní instruktoři	cena
kvalitní vybavení	propagace
dobrá poloha klubu	pouze jedna aktivita
InBody přístroj	mění se rozvrh

Zdroj : Vlastní zpracování

8.1.1 Silné stránky:

- nejsilnější stránkou klubu jsou certifikovaní instruktoři,
- velice dobré vybavení – klub vlastní vysoce kvalitní kola,
- dobrá poloha klubu – sídlí v areálu plaveckého bazénu, hned vedle nákupního centra Kaufland, kolem se rozléhá sídliště, pěšky z centra trvá cesta cca 15min.,
- InBody – klub vlastní tento přístroj v Děčíně jako jediný.

8.1.2 Slabé stránky:

- cena – jednou ze slabých stránek podniku je právě cena. V porovnání s konkurencí (Cardio fitness Děčín) jsou ceny nabízených služeb srovnatelné (cena lekce pro dospělé je dokonce stejná). Ovšem možnost pořízení permanentek, zvýhodněných o jeden bonusový vstup zdarma

dospělé i studenty do 18 let, a nižší cenová nabídka pro studenty staví SDC do pozice silnějšího. V porovnání s druhým střediskem (Rehacentrum Děčín) je na tom SCD hůře, cena je nižší pro všechny.

Tabulka č. 5, Vstupné

Dospělí	80Kč/1 vstup	720Kč/10 vstupů
Studenti do 18 let	60Kč/1 vstup	540Kč/10 vstupů

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 6, Doplnkový prodej

Energetické tyčinky Nutrend	27Kč, 39Kč
Pitný režim Nutrend	10Kč, 15Kč, 38Kč
Spalovače Nutrend	28 – 40Kč
Kloubní výživa Nutrend	300 Kč
Dresy	1 099 Kč
Kratásky se šlemi	959 Kč
Kratásky	899 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

- propagace - nepočítáme-li informace na internetových stránkách <http://scd.get2us.com>, prozatím jedinou propagační akcí, kterou se klub prezentoval po svém založení, byla reklamní kampaň ve formě letáčků v autobusech MHD.

Průměrné hodnoty návštěvnosti (počet hodin, které se v týdnu odjezdí) se pohybují v zimním období okolo 2 hodin denně, v letním období 1 hodina denně, celkově jde o cca 570hod/rok.

Zavedením propagace by s vysokou pravděpodobností došlo ke zvýšení zájmu o služby klubu (včetně využívání přístroje InBody), následně i ke zvýšení počtu hodin a zvýšení tržeb.

V klubu nalezneme i dva druhy reklamních předmětů. Jedním z nich jsou lahve na pití, ve dvou barvách, se znakem klubu a druhým jsou teamové

dresy. Omezený počet 15 kusů dresů je již momentálně vyprodán, počet lahví není limitován, prodávají se stále.

Obrázek č. 4, Lahve na pití



Zdroj: Vlastní foto

Obrázek č. 5, Dresy



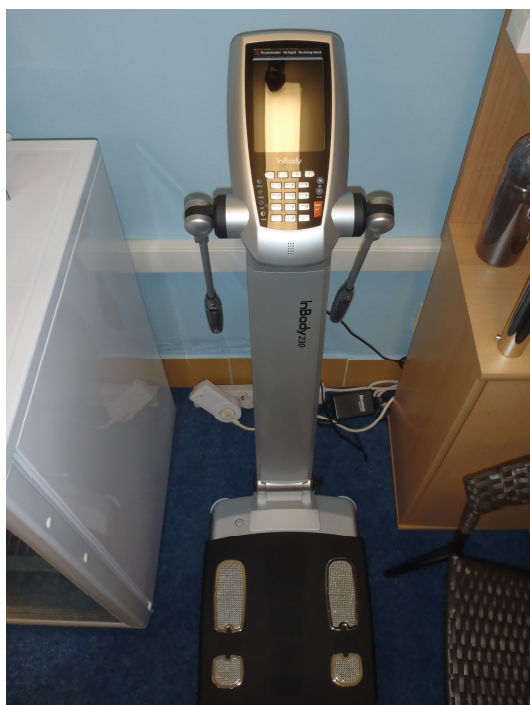
Zdroj: SCD.GET2US.COM (2010)

- instruktoři nemají každý své pevné hodiny, když chce někdo chodit na určitého instruktora, musí se podřizovat rozpisu pokaždé jinak,
- nabídka pouze jedné sportovní aktivity – spinningu.

8.1.3 Příležitosti:

- InBody – Firma investovala v květnu roku 2010 do tohoto nového přístroje pro diagnostiku a analýzu složení lidského těla InBody230, jehož cena byla 180 000Kč. Tento přístroj je podle mého největší příležitostí pro klub, avšak díky jeho nedostatečné propagaci není zcela využit. Byl pořízen za účelem rozšíření nabídky produktů a především pro maximalizaci zisku. Bohužel, návratnost této investice za dobu od května roku 2010 do března roku 2011 je pouhých 13,25%. Díky ceně 450Kč za jedno měření, které trvá 35 sekund a zahrnuje i 50 minutovou konzultaci výsledků s možným návrhem na cvičební a stravovací plán, je celková návštěvnost od května 53 osob. V porovnání s konkurencí v okolí je tato cena za jednu proceduru ve vyšším průměru.

Obrázek č. 6, InBody 230



Zdroj: Vlastní foto

- rozšíření sportovní nabídky o další aktivity,
- rozšíření sortimentu reklamních předmětů,
- zařízení vlastních prostor.

8.1.4 Hrozby

- Konkurence – v Děčíně je možné navštívit několik sportovních center, která nám nabízejí mnoho možností, jak aktivně strávit volný čas, ať už se jedná o badminton, squash, bowling, tenis, fitness, apod. Když se však zaměříme pouze na provozovny spinningu, nalezneme zde pouze tři centra. Jedná se o SCD, Cardio fitness Děčín a Rehacentrum Děčín.

Z hlediska polohy, je na tom nejhůře Cardio fitness Děčín, které leží mimo centrum a zároveň není poblíž žádného obchodního centra či sídliště. Cenově je na tom téměř shodně se SCD, jejichž cena je také 80Kč za hodinu. Na pozici horšího ji však staví fakt, že SCD má slevu pro studenty do 18 let, která je nastavena výší 60Kč za hodinu.

Umístění SCD v areálu pl. bazénu, kde nalezneme více možností pro volný čas, a v bezprostřední blízkosti nákup. centra Kaufland, nedaleko centra města, patří dle mého názoru k významným pozitivním faktorům rozvoje podnikání.

Naproti tomu Rehacentrum Děčín, které se nachází přímo v centru města (avšak mimo dosah nákupních středisek), konkuruje zejména nejnižší cenou 60 Kč za hodinu.

A nesmíme také opomíjet fakt, že je zde možnost vstupu nové konkurence na trh, která může přijít s výhodnější cenou, lepším umístěním a širší nabídkou služeb

- snížení zájmu o tento sport,
- nižší zájem o přístroj InBody než byl doposud.

9. Finanční analýza

Jednou z nejdůležitějších analýz je právě ta finanční. Vypovídá o finanční situaci podniku, o jeho solventnosti a úrovni hospodaření. Na základě rozvahy a výkazu zisků a ztrát se dá podnik zanalyzovat.

Pro finanční analýzu byly získány pouze údaje o nákladech a výnosech za rok 2010. Rozvahu a výkaz zisků a ztrát si chce majitelka ponechat pouze pro své účely. Proto se zaměřím právě na náklady a výnosy podniku.

9.1 Výnosy za rok 2010

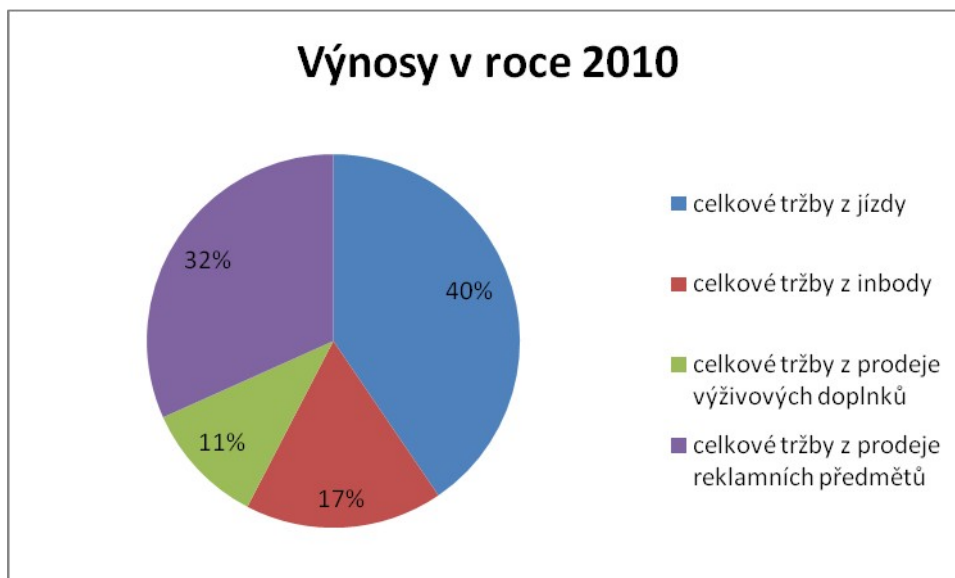
Tabulka č. 7, Výnosy 2010

Výnosy za rok 2010	Částka
Celkové tržby z jízdy spinningu	44 600 Kč
Celkové tržby z přístroje InBody	18 900 Kč
Celkové tržby z prodeje výživových doplňků Nutrend	11 765 Kč
Celkové tržby z prodeje reklamních předmětů	34 919 Kč
Celkem	110 184 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky výše a grafu níže vyplývá, že největší tržby jsou z jízdy, což je podstatou tohoto podnikání. Díky vyšší propagaci by se mohl navýšit počet hodin a na základě toho by do dalších let mohly tyto výnosy ještě více narůstat. Další významnou částku tvoří prodej reklamních předmětů, kterých je sice minimum, ale v tomto roce pokryly poměrnou část výnosů. Bohužel ne tak vysoký podíl mají tržby z přístroje InBody, který byl pořízen, aby tuto položku výrazně navýšil. A celkové tržby z prodeje výživových doplňků nejsou také zanedbatelnou částkou, vzhledem k tomu, i přes to že se jedná pouze o doplňkový prodej.

Graf č. 1, Výnosy 2010



Zdroj: Vlastní zpracování

9.2 Náklady za rok 2010

Tabulka č. 8, Náklady 2010

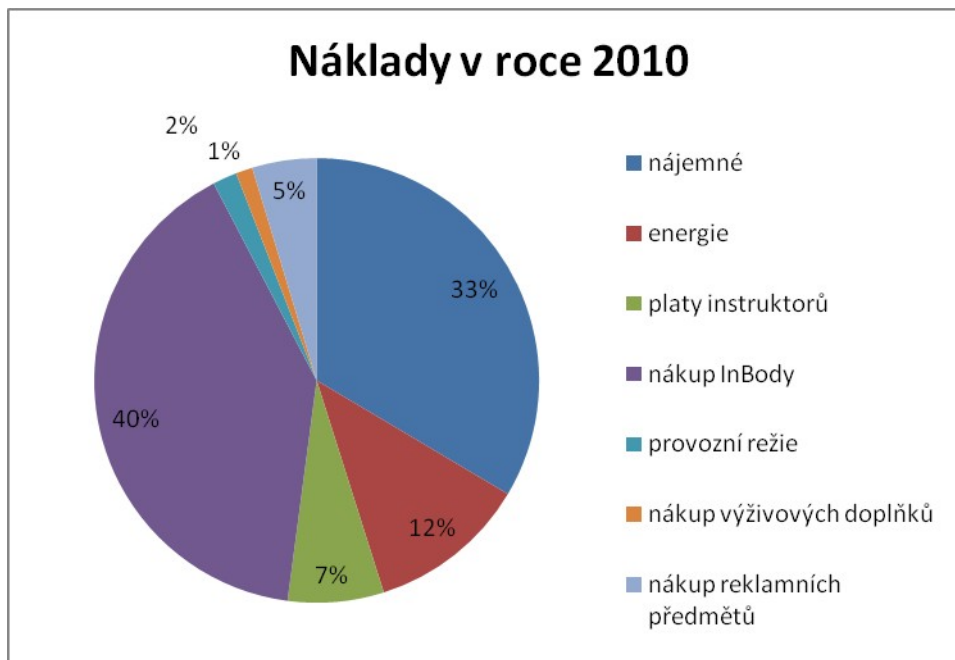
Náklady za rok 2010	Částka
Nájemné	150 000 Kč
Energie	51 874 Kč
Platy instruktorů	31 200 Kč
Nákup InBody	180 000 Kč
Provozní režie	7 920 Kč
Nákup výživových doplňků	5 429 Kč
Nákup reklamních předmětů	20 950 Kč
Celkem	447 373 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak uvádí graf níže, největší částka vydaná v tomto roce byla na nákup přístroje InBody. I když je pro klub největší příležitostí, za rok 2010 pokryl pouze 1/10 ceny. Další významnou částkou je nájemné, které je nutnou položkou. Energie je také částka, ne úplně zanedbatelná, ale také ne nejvyšší. Platy instruktorů se

nezdají být tak vysoké, za jednu ujetou hodinu mají 150Kč a poměrnou část hodin jezdí majitelka sama. A zbytek už jsou částky nižší, spíše na udržení chodu.

Graf č. 2, Náklady 2010



Zdroj: Vlastní zpracování

9.3 Náklady a výnosy

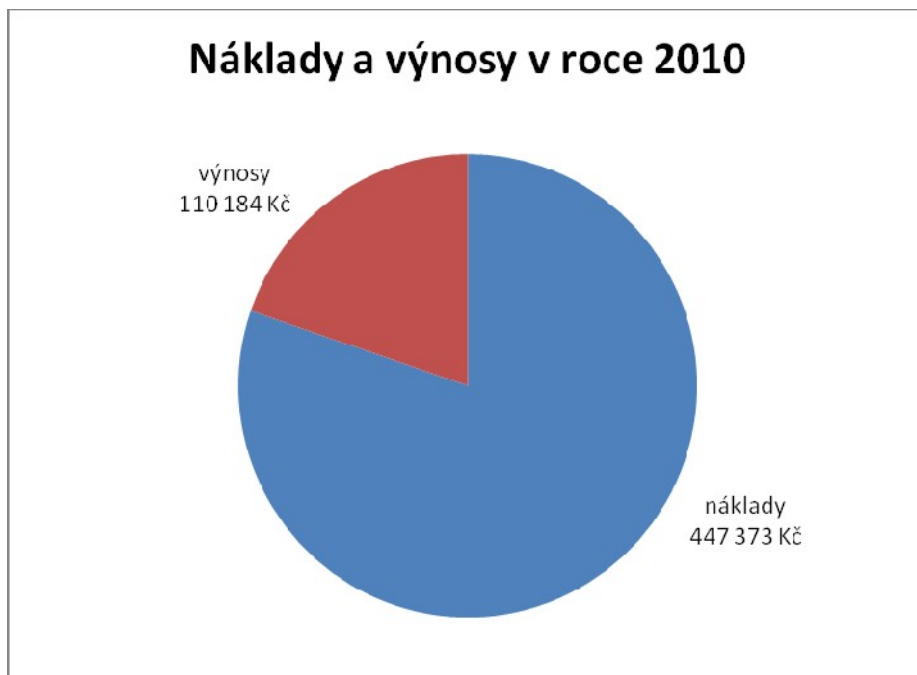
V roce 2010 měl SCD tyto náklady a výnosy.

Tabulka č. 9, Náklady a Výnosy 2010

Náklady	447373 Kč
Výnosy	110184 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 3, Náklady a výnosy 2010



Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky a grafu výše vyplývá, že rok 2010 byl pro klub ztrátový. Celkem skončil ve ztrátě 337 189Kč. Hlavní podíl na tom má nákup InBody přístroje, který byl financován ze zisku z minulých let. Jelikož nemáme k dispozici výkaz zisků a ztrát za předcházející roky, nelze podnik jednoznačně označit za celkově ziskový, či ztrátový.

10. Návrhy na zlepšení stávajícího stavu

Na základě provedené SWOT analýzy a finanční analýzy se v této kapitole zaměřím na návrhy možných řešení, které by měly pomoci klubu k jeho vzestupu.

10.1 Propagace

V prvé řadě je nutné změnit strategii propagace klubu, pokud by se do ní investovalo, mohla by být velkým přínosem. Ze všeho nejdříve navrhuji natisknout letáčky s nabídkou klubu, které budou zahrnovat InBody přístroj, a distribuovat je do nákupních středisek, do čekáren lékařů, kosmetických salonů, kadeřnictví apod. Zařadit nabídku služeb i na sociálních sítích, aby se zvedlo povědomí o firmě. Zároveň by bylo vhodné občas uspořádat zvýhodněné akce, jako jsou například dvě hodiny jízdy za cenu jedné, včetně změření InBody přístrojem za zvýhodněnou cenu, který potřebuje též zviditelnit.

10.2 Cena pro studenty

Výše ceny je podle mého nastavena správně, na základě toho, že jsou v klubu pouze certifikovaní instruktoři. Přesto bych navrhovala upravit cenu pro studenty. Zvýšit věkovou hranici, a sníženou cenu poskytnout i studentům vysokých škol. Těm, kterým ještě nebylo 18 let a na základě předložení ISIC karty nebo studentského průkazu s fotkou nastavit nižší cenu, tzn. 60Kč. Určitě by to zvýšilo zájem ze strany studentů. Mohla by se též zvýhodnit cena pro studenty na InBody přístroji, např. zlevnit o 50Kč na základě stejných podmínek, nebo zavést množstevní slevu. Kdyby dorazili alespoň 3 zájemci, každému snížit cenu na 400Kč.

10.3 Pevné hodiny instruktorů

Myslím si, že by klubu také pomohlo stanovit každému instruktorovi určitou hodinu v týdnu. Momentální situace je nastavena tak, že se na konci týdne rozdělí

hodiny mezi instruktory a dopadá to tak, že každý týden tu samou hodinu jede někdo jiný. Když má někdo oblíbeného instruktora a chtěl by jezdit jen s ním, protože ti ostatní mu nevyhovují, musí se podřizovat hodině pokaždé jinak a to v některé dny může zákazníka odrazovat. Proto navrhuji nastavení stejného pevného rozvrhu na každý týden.

10.4 Vlastní prostory

Další možností, která by mohla klubu pomoci, je zařízení vlastních prostor. Z hlediska umístění je na tom SCD velice dobře, ovšem vždy se dá nalézt z hlediska konkurence výhodnější poloha. Investování do vlastních prostor by nebylo nejjednodušší v momentální finanční situaci klubu, ovšem pokud by se např. na základě předchozích návrhů zvedly tržby nebo by byla možnost dalšího pronájmu, investice by se vrátila rychleji. Na základě toho by se mohly do nabídky zařadit další sportovní aktivity, které by rozšířily působnost a přilákaly tak více nových zákazníků.

11. Závěr

Cílem mé práce bylo vytvoření marketingové a finanční analýzy a na základě toho navrhnout možnosti pro zlepšení stávajícího stavu. Podkladem pro vytvoření analýz bylo zjištění potřebných informací od vedení klubu. Většina informací byla pro vypracování práce poskytnuta, až na rozvahu a výkaz zisků a ztrát, díky čemuž se finanční analýza nedala více rozvést.

V úvodu své práce se snažím nastínit chod klubu a přiblížit prostředí spinningu jako sportu. V další kapitole se zabývám přístrojem InBody230, který je velkou příležitostí pro klub, bohužel jeho kvality jsou díky nedostatečné propagaci zcela nedoceněny.

V teoretické části dále popisuji ekonomické pojmy, týkající se marketingové a finanční analýzy, kterým je věnována praktická část. SWOT analýza rozebírá současný stav klubu, kde vedle silných a slabých stránek vidíme i příležitosti, které by mohly napomoci klubu k posílení jeho postavení na trhu.

Nejsilnější stránkou klubu jsou certifikovaní instruktoři, vysoce kvalitní vybavení, poloha klubu a InBody přístroj. Oproti tomu mezi slabé stránky, které se nesmí podceňovat musíme zařadit cenu, která v porovnání s konkurencí není nejvýhodnější. Dále propagaci, která je v dnešní době významnou složkou marketingu a v klubu schází. Bohužel internetové stránky klubu jsou nedostačujícím prostředkem pro zviditelnění SCD. Další slabou stránkou klubu je každý týden měnící se rozvrh hodin instruktorů a nabídka pouze jedné sportovní aktivity.

Největší příležitostí pro klub je již zmiňovaný InBody přístroj, dále rozšíření nabídky o další sportovní aktivity, které by zvýšily zájem veřejnosti, rozšíření sortimentu reklamních předmětů a zařízení vlastních prostor, umožňující uskutečnění například již zmiňovaného rozšíření nabídky sportovních aktivit.

Konkurence je pro klub jednou z několika hrozeb. SCD má v Děčíně na trhu pouze dva konkurenty, ale je zde možnost vstupu nového konkurenta, který může přijít s mnohem lepší nabídkou. Dalšími hrozbami je snížení zájmu o tento sport a ještě nižší zájem i InBody přístroj než byl doposud.

Při sestavování finanční analýzy, která nám řekne dostatek informací o finanční situaci podniku, jsem se zaměřila na rozbor výnosů a nákladů. Ty jediné mi byly poskytnuty pro zpracování do bakalářské práce. Zbytek výkazů si majitelka ponechala pouze pro své účely. Ze zpracovaných údajů jsme zjistili, že za rok 2010 měl SCD výnosy v celkové částce 110 184Kč a náklady celkem 447 373Kč. Z těchto údajů nám vyplývá, že klub skončil 337 189Kč ve ztrátě. Největší položkou je nákup InBody230, jenž byl financován ze zisku minulých let. Jelikož nemáme k dispozici výkaz zisků a ztrát za předcházející roky, nelze podnik jednoznačně označit za celkově ziskový, či ztrátový.

Poslední kapitolou praktické části je souhrn návrhů na zlepšení stávající situace klubu. Jedná se především o zavedení propagace SCD zejména pomocí letáčků, sociálních sítí a zvýhodněných akcí v klubu. Dále by bylo prospěšné upravit studentskou cenu, která by neměla týkat pouze studentů do 18 let, ale zahrnovat i vysokoškolské studenty. Těm by se po předložení studentské karty nebo studentského průkazu s fotkou cena též snížila. Nastavení pevných hodin instruktorům by vyhovovalo spoustě zákazníků, kteří mají svého oblíbeného instruktora. A nakonec díky vlastním prostorům by mohl klub dále rozšiřovat svou nabídku služeb a tím získat nové zákazníky.

Věřím, že má práce poskytne klubu dostatek potřebných informací o stávající situaci a o jejích současném stavu na trhu služeb. Zároveň doufám, že mé poznatky pomohou klubu zlepšit jeho situaci a že se aplikováním mých návrhů dosáhne očekávaných výsledků.

12. Literatura

1. DĚDKOVÁ, Jaroslava; HONZÁKOVÁ, Iveta. *Základy marketingu*. 4. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2009. 176 s. ISBN 978-80-7372-514-3.
2. FINANCE-MANAGEMENT.CZ [online]. 2007 [cit. 2010-11-15]. *SWOT analýza*. Dostupné z WWW: <<http://www.finance-management.cz/080vypisPojmu.php?IdPojPass=59&X=SWOT+analyza>>.
3. HNÍZDIL, Jan; KIRCHNER, Jiří; NOVOTNÁ, Dana. *Spinning*. Praha: Grada, 2005. 108 s. ISBN 80-247-0963-5.
4. INBODY.CZ [online]. 2009 [cit. 2010-11-30]. *Úvod*. Dostupné z WWW: <http://www.inbody.cz/uvod.php>.
5. JÁČ, Ivan. *Vybrané kapitoly z podnikové ekonomiky*. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005. 104 s. ISBN 80-7083-848-5.
6. KAMPOMATURITE.CZ [online]. 2006 [cit. 2009-04-28]. Dostupný z WWW: <http://www.kampomaturite.cz/%5Cdata%5CUSR_039_AMOS%5Cfinance_financnianalyza.doc>.
7. KUBIAS, Sáva. *Úvod do managementu*. 1. Liberec: Univerzita v Liberci, 2007. 140 s. ISBN 978-80-7372-237-1.
8. MRKOSOVÁ, Jitka. *Účetnictví 2008*. 1. Brno: Computer Press, a. s., 2008. 278 s. ISBN 978-80-251-1917-4.
9. NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu* 1. vyd. Praha: Institut sociálních vztahů, 2000. ISBN 80-85866-68-4.
10. SCD.GET2US.COM [online]. 2010 [cit. 2011-02-17]. *Teamové dresy*. Dostupné z WWW: <http://scd.get2us.com/index.php?option=com_zoom&Itemid=7&catid=18>.

11. SCHWINN CYCLING. *Instruktor Manual*. Givisiez : Schwinn Fitness Academy, 2002. 73 s.
12. SLEPIČKOVÁ, Irena. *Sport a volný čas*. 1. Praha: Karolinum, 2000. 111 s. ISBN 80-246-0044-7.
13. STARTRAC.CZ [online]. 2011 [cit. 2011-02-15]. *Kola pro SPINNING*. Dostupné z WWW: <<http://www.startrac.cz/c/kola-pro-spinning/spinner--nxt.htm>>.
14. WIKIPEDIA : OTEVŘENÁ ENCYKLOPEDIE. *Spinning* [online]. 2010 [cit. 2011-03-30]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Spinning>.

Seznam příloh

Příloha č. 1 – prostory a vybavení klubu	52
Obrázek č. 1. – jeden ze spinnerů SCD	52
Obrázek č. 2 - prostory klubu 1	52
Obrázek č. 3 – prostory klubu 2.....	52
Obrázek č. 4 – prostory klubu 3	52
Příloha č. 2 - výsledky měření přístrojem InBody	53
Obrázek č. 5 – výsledek měření přístrojem	53

Příloha č. 1 – prostory a vybavení klubu

Př. 1: Obrázek č. 1. – Jeden ze spinnerů SCD



Zdroj: Vlastní foto

Př. 1: Obrázek č. 2 - prostory klubu 1



Zdroj: Vlastní foto

Př. 1: Obrázek č. 3 – prostory klubu 2



Zdroj: Vlastní foto

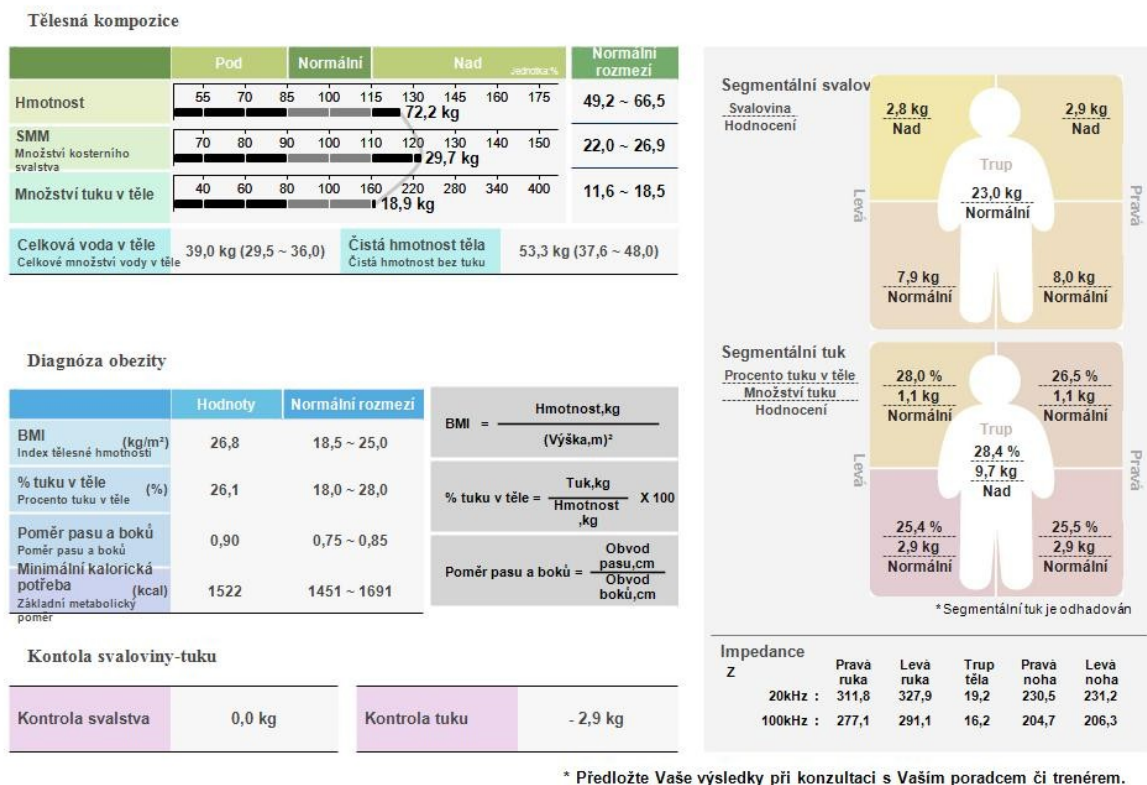
Př. 1: Obrázek č. 4 – prostory klubu 3



Zdroj: Vlastní foto

Příloha č. 2 – výsledky měření přístrojem InBody

Př. 2: Obrázek č. 5 – výsledek měření přístrojem



Cvičební plán

Naplánujte si svůj týdenní cvičební program z následujících možností a snižte pomocí nich svou váhu.

Výdej energie při každé aktivitě (výchozí hmotnost: /Délka: 30min./ Jednotka: kcal)	
Chůze	144
Jogging	253
Cyklistika	217
Plavání	253
Horolezectví	235
Aerobic	253
Stolní tenis	163
Tenis	217
Fotbal	253
Orientální šerm	361
Gate ball	137
Badminton	163
Racket ball	361
Tae-kwon-do	361
Squash	361
Basketball	217
Skákání na laně	253
Golf	127
Kliky	posilování horní části těla
sedy-lehy	posilování břišních svalů
zvedání závaží	prevence od bolesti zad
posilování s činkami	cvičení svalů
elastická guma	cvičení svalů
dřepy	udržování svalů dolní části těla

Výpočet pro předpokládaný úbytek váhy za měsíc (měsíc = 4 týdny)

Celkový výdej energie (kcal/týden) × 4 týdny : 7700

• Jak na to

1. Vyberte si pravidelné a preferované aktivity na levé straně.
2. Uvedená spotřeba energie je počítána po 30 minutách cvičení.
3. Vyplňte níže uvedená místa aktivitami, jenž jste zvolili na 7 dní.
4. Spočítejte si celkovou spotřebu energie za týden.
5. Zjistěte předpokládaný úbytek na váze pomocí níže uvedeného vzorce.

• Doporučený denní příjem kalorií

2000 kcal

Zdroj: Vlastní zdroj